

Brazilian Journal of Development

Negócios de impacto social e turismo de base comunitária um estudo em Corumbá-MS

Social impact business and community based tourism a study in Corumbá-MS

DOI:10.34117/bjdv5n10-334

Recebimento dos originais: 27/09/2019

Aceitação para publicação: 28/10/2019

Fernanda Sápia Silva

Graduada em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus de Paranaíba
Av. Pedro Pedrossian, 725, Universitário, Paranaíba-MS, 79500-000
E-mail: fernanda.ssapia@gmail.com

João Pedro Ferraz Zanetoni

Graduando em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus de Paranaíba
Av. Pedro Pedrossian, 725, Universitário, Paranaíba-MS, 79500-000
E-mail: zanetoni1603@gmail.com

Bruno Diego Alcantara Cardozo

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Escola de Administração e Negócios
Av. Senador Filinto Müller, 1555, Vila Ipiranga, Campo Grande-MS, 79074-460
E-mail: brunodiegocardozo@gmail.com

Milton Augusto Pasquotto Mariani

Doutor em Geografia (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Escola de Administração e Negócios
Av. Senador Filinto Müller, 1555, Vila Ipiranga, Campo Grande-MS, 79074-460
E-mail: miltmari@terra.com.br

Geraldino Carneiro de Araújo

Doutor em Administração pela Universidade Nove de Julho
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus de Paranaíba
Av. Pedro Pedrossian, 725, Universitário, Paranaíba-MS, 79500-000
E-mail: geraldino.araujo@ufms.br

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar a relação dos negócios de impacto com o TBC no contexto de Corumbá-MS. As questões que envolvem a gestão das atividades turística e das políticas públicas são determinantes entre o sucesso e o fracasso de determinada localidade. Nesse sentido, são identificados os negócios de impacto que tratam da busca por propósitos de grupos de empreendedores que iniciam

negócios com o objetivo de vincular o crescimento pessoal e o coletivo a partir de ações socialmente benéficas ao ser e ao meio. A presente pesquisa relata um estudo descritivo com abordagens qualitativas. Esta pesquisa também se caracteriza como um estudo de casos. Os empreendedores foram identificados junto à Prefeitura. Para o tratamento dos dados utilizou-se a análise de conteúdo. Os empreendimentos sociais estudados apresentam características de economia solidária. TBC acolhe a participação social como compromisso central do planejamento e assim, membros de uma comunidade que trabalham juntos podem desenvolver os mesmos interesses e promover articulações para a evolução de projetos comunitários. Se por um lado vê-se nos negócios de impacto a questão comunitária, por outro lado não se nota o vínculo direto com o TBC. O potencial turístico da região, bem como o potencial do TBC poderia ser alavancado com o desenvolvimento em parceria com os negócios de impacto, fomentando outros tipos de turismo que não o de pesca, gerando mais valor para a região, para os negócios de impacto e para a comunidade.

Palavras-chave: Negócios de impacto; Empreendimentos Sociais; Turismo Comunitário; Economia Solidária.

ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze the relationship of impact business with TBC in the context of Corumbá-MS. The issues surrounding the management of tourism activities and public policies are determining factors between the success and failure of a given locality. In this sense, impact businesses are identified that deal with the search for purposes of entrepreneurial groups that start businesses with the objective of linking personal and collective growth through socially beneficial actions to being and the environment. This research reports a descriptive study with qualitative approaches. This research is also characterized as a case study. The entrepreneurs were identified with the City Hall. For data processing, content analysis was used. The social enterprises studied have characteristics of solidary economy. TBC welcomes social participation as a central commitment to planning, so members of a community who work together can develop the same interests and foster articulations for the evolution of community projects. If on the one hand the community issue is seen in the impact business, on the other hand there is no direct link with the TBC. The tourism potential of the region as well as the potential of TBC could be leveraged by developing in partnership with impact businesses, fostering non-fishing tourism, generating more value for the region, impact businesses and to the community.

Keywords: Impact business; Social endeavors; Community tourism; Solidarity economy.

1. INTRODUÇÃO

O Plano Nacional do Turismo (PNT) é um documento elaborado pelo Ministério do Turismo (2016) e compostamente regido pelo Conselho Nacional de Turismo, Embratur, Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, que estabelece um conjunto de normas que comandam os segmentos turísticos brasileiros. O PNT tem o intuito de orientar, gerir e garantir que as atividades exercidas garantam renda e emprego com inclusão social e valorização das características nacionais. Assim, é serviço dessa política propor diretrizes e programas que garantam atividades sustentáveis em conjunto com os setores públicos e privados.

O desenvolvimento econômico fez com que as atividades turísticas fossem exploradas sem precedentes e os espaços naturais fossem modificados a fim de beneficiar a lógica de exploração e da

obtenção de lucro desprezando possíveis e futuros impactos ambientais (FABRINO; NASCIMENTO; COSTA, 2016). Dessa forma, estabelecer ações de empoderamento comunitário faz com que seja proporcionado uma base econômica capaz de assegurar o surgimento de empreendimentos e viabilizar processos de transformação (MOREIRA; VIDAL; FARIAS, 2003).

O planejamento do turismo propõe planos vinculados aos padrões de desenvolvimento e do alcance de objetivos sustentáveis com o intuito de integrar a população atingida com as atividades estabelecidas de acordo com as áreas da sustentabilidade (BENI, 1999). Com a mesma finalidade, os negócios de impacto possuem características específicas que abrangem atributos como desenvolvimento e levantamento de emergências da população de baixa renda para ampliação dos resultados esperados (SANTOS et al., 2015).

Deste modo, o Turismo de Base Comunitária (TBC) representa práticas que devem ser incorporadas aos segmentos já existentes para influenciar o mercado consumidor, a fim de torná-lo mais sustentável (BURSZTYN; BARTHOLO, 2012). As questões que envolvem a gestão das atividades turística e das políticas públicas são determinantes entre o sucesso e o fracasso de determinada localidade e se fundamentam em tentar abranger mercados para atrair visitantes com o propósito de consolidar áreas (FABRINO; NASCIMENTO; COSTA, 2016).

Nesse sentido, são identificados os negócios de impacto que tratam da busca por propósitos de grupos de empreendedores que iniciam negócios com o objetivo de vincular o crescimento pessoal e o coletivo a partir de ações socialmente benéficas ao ser e ao meio (BARKI, 2015), neste artigo considerando o meio turístico. Assim sendo, objetivo deste trabalho é analisar a relação dos negócios de impacto com o TBC no contexto de Corumbá-MS.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Os tópicos seguintes têm como propósito conceituar o Turismo de Base Comunitária e dos Negócios de Impacto.

2.1 TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (TBC)

Como consequência do desenvolvimento econômico existente das últimas décadas, surge uma categoria de turismo capaz de agregar a inclusão e as perspectivas de demandas globalizadas: o Turismo de Base Comunitária (TBC). Fabrino, Nascimento e Costa (2016) descrevem que o Turismo de Base Comunitária, Turismo Comunitário ou TBC está fortemente associado ao turismo sustentável e consiste em um modelo de desenvolvimento centrado nos recursos naturais, humanos e de infraestrutura de uma determinada localidade.

Dentre as alternativas sustentáveis para as comunidades tradicionais a atividade turística

funciona como ação que promove a valorização da cultura e da autonomia. Assim, o turismo comunitário pode ser entendido como aquele construído pela comunidade, onde os atores sociais têm controle efetivo nas decisões relativas à sua localidade (TUCUM, 2008).

O turismo sustentável é a viabilidade de ações turística na linha da sustentabilidade com ênfase em estratégias de fortalecimento da atividade, melhora na qualidade e diferenciação de produto turístico a partir de soluções e inovações (BENI, 1999). Desse modo, as políticas de desenvolvimento devem incluir políticas sociais, com a participação de uma sociedade organizada e a mobilização articulada de agentes, no sentido não só de fomentar o desenvolvimento econômico, mas também o capital social incipiente em nossa sociedade, tendo em vista o desenvolvimento político econômico-social (MOREIRA; VIDAL; FARIAS, 2003).

Comunidades buscam estratégias que proporcionem transformações socioeconômicas a partir de padrões de desenvolvimento que conciliem o crescimento econômico, a equidade social e a preservação dos patrimônios. Assim, possuem papel determinante na construção do desenvolvimento que atenda suas necessidades básicas e colabore na manutenção do meio onde estão inseridas (TUCUM, 2008).

De acordo com Irving (2009) o turismo comunitário acontece principalmente a partir dos seguintes pontos: interpretação da política do turismo como uma alternativa de inclusão social, fortalecimento da participação social e compromisso nas ações empreendidas. A gestão do turismo se baseia nas necessidades do mercado e de recursos para propor políticas específicas a essa atividade e assim, abranger aspectos sustentáveis (BENI, 1999). Com isso, o empreendedorismo social funciona como uma forma de desenvolvimento humano, social, sustentável e com essas ações, as comunidades são capazes de estimular estratégias de inserção e de sustentabilidade por meio do empoderamento social (MOREIRA; VIDAL; FARIAS, 2003).

O turismo comunitário é sustentado por serviços de infraestrutura simples, porém, não menos qualificada e busca valorizar os ambientes naturais e a cultura local (TUCUM, 2008). Com isso, tem como características a elaboração de planejamentos descentralizados e buscam garantir a participação coletiva. O desenvolvimento atual de uma análise crítica dos turistas auxilia na promoção de um turismo sustentável visto que, o mercado consumidor atual busca promover articulações entre a responsabilidade e solidário, da mesma forma que as iniciativas de TBC (BURSZTYN, BARTHOLO, 2012).

2.2 NEGÓCIOS DE IMPACTO

Para Barki (2015) negócios de impacto se referem a organizações que buscam gerar impacto social a partir da oferta de serviços que diminuam a vulnerabilidade da população de baixa renda e,

desta forma, tenham um retorno financeiro. Os negócios de impacto auxiliam na promoção de soluções para os problemas sociais da população e ampliam perspectivas de desenvolvimento e geração de renda com autonomia financeira para os indivíduos de classe baixa (SANTOS et al., 2015).

As principais características de um negócio de impacto social são a criação de soluções para determinada comunidade priorizando causas socioambientais, a promoção do empoderamento social e otimização de atividades por meio da inovação. Negócios sociais ganharam força e se tornaram referência para modelos inovadores de negócio preocupados em gerar impacto na sociedade e melhorar o mundo (BARKI, 2015).

Segundo Araújo e Gelbcke (2008) os negócios de impacto representam uma estratégia de desenvolvimento para grupos com menores condições priorizando o lugar, a conservação ambiental e a identidade cultural. Neste sentido, esse movimento surge com o conceito de organizações híbridas que possuem tanto o objetivo social quanto o financeiro em seu escopo (BARKI, 2015). Assim, sua finalidade é causar impacto positivo em uma comunidade, ampliar perspectivas de pessoas marginalizadas pela sociedade e aliar essas questões a possibilidade de geração de renda compartilhada e de autonomia financeira para os indivíduos envolvidos (SANTOS et al., 2015).

Os negócios de impacto são importantes para a sociedade, pois contribuem para a resolução de problemas sociais e que visam melhorar a qualidade de vida dos envolvidos. São empresas com o propósito de crescimento econômico a partir do envolvimento coletivo.

Desse modo, os negócios de impacto aparecem como uma tentativa de capitalismo mais inclusivo. Neste sentido, mais importante do que uma definição clara e precisa do que são (ou não são) os negócios de impacto, é necessário entender a tendência que essa forma híbrida de organização representa (BARKI, 2015). Os negócios de impacto social são empreendimentos que tem como função gerar resultados positivos para os problemas sociais da população.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa relata um estudo descritivo com abordagens qualitativas. Na pesquisa descritiva Acevedo e Nohara (2009), afirmam que o pesquisador investiga e descreve as características de um grupo para avaliar as informações sobre comportamento e as distinções de uma população. O diagnóstico descritivo envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do examinador com a situação estudada e procura compreender os fenômenos objetos de estudo (GODOY, 1995).

Na abordagem qualitativa, Turato (2005) destaca que as pesquisas que utilizam esse método devem trabalhar com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes e opiniões para serem úteis e busca entender o contexto em que o fenômeno ocorre. Assim sendo, foi realizado levantamento

bibliográfico e coleta de dados em documentos, arquivos de registro, revisão de publicações de autores que discutem o assunto levantado, publicações da internet e entrevistas a fim de aprofundar a reflexão sobre o tema.

Esta pesquisa também se caracteriza como um estudo de caso. Segundo Yin (2010) esse meio de análise proporciona a coleta de dados a partir de explicações e observações metodológicas rigorosas em procedimentos formais e explícitos. O estudo de caso é uma modalidade investigação que consiste na busca aprofundada de determinado evento para que se adquira um conhecimento detalhado sobre o fato (GIL, 2002).

Os empreendedores foram identificados junto à Secretaria. As informações foram coletadas por meio de entrevista gravada e os áudios foram posteriormente transcritos. O tratamento dos dados foi realizado por meio da análise de conteúdo e a ação foi desenvolvida entre 2017 e 2018.

As entrevistas concretizadas aconteceram com empreendimentos sociais de Corumbá-MS, caracterizados como negócios de impacto: Projeto Cidade Dom Bosco, Instituto Homem Pantaneiro e Instituto Moinho Cultural e com a assessora executiva da Secretaria Especial de Cidadania e Direitos Humanos de Corumbá-MS. Escolheu-se como os empreendimentos sociais de Corumbá-MS devido sua importância social e a intenção de proporcionar reflexões gerenciais. As fontes de exploração empregadas foram: documentos e registros, observações e entrevista.

Foram apresentados conceitos e caracterizações sobre os assuntos pertinentes com a intenção de sistematizar e contextualizar os temas discutidos. As análises se iniciaram com pesquisas e revisões bibliográficas e desse modo, a primeira constatação averiguada foi que se encontra pouca bibliografia sobre turismo de base comunitária e negócios de impacto, o que demonstra temas em desenvolvimento.

Para o tratamento dos dados utilizou-se a análise de conteúdo. Hair et al (2005) retratam a análise e as verificações frequentes de conteúdo para a obtenção de dados como meio de confirmação de resultado de acordo com a exploração dos atributos reconhecidos. Roesch (2013) se refere à análise de conteúdo como uma forma em que o pesquisador tem para categorizar questões a partir da inspeção de perspectivas e obtenção de resoluções. O estudo foi realizado considerando duas categorias principais: os Negócios de Impacto e o Turismo de Base Comunitária.

4. ANÁLISE E RESULTADOS

O estudo de caso foi dividido em partes que apresentaram as análises e resultados da pesquisa: Caracterização dos negócios de impacto e negócios de impacto, TBC no contexto de Corumbá-MS.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO

Como forma de identificar os Negócios de Impacto e o Turismo de Base Comunitária a partir da perspectiva dos empreendedores sociais de Corumbá-MS, o estudo sintetizou informações sobre três negócios. As instituições escolhidas, e que se enquadram na pesquisa foram: Projeto Cidade Dom Bosco, Instituto Homem Pantaneiro e o Grupo Moinho Cultural.

Como forma de aprofundar as análises que objetivam a pesquisa, foi coletado informações com a assessora executiva da Secretária Especial de Cidadania e Direitos Humanos de Corumbá-MS a fim de contextualizar os temas pertinentes ao estudo.

4.1.1. CIDADE DOM BOSCO

A Cidade Dom Bosco tem como objetivo auxiliar a estruturação familiar de pessoas carentes e marginalizadas, a partir de cursos de artesanato oferecidos para a comunidade. Na instituição, também são oferecidos cursos de Inglês e Espanhol. Como o intuito é a geração de renda e a capacitação, as atividades são desenvolvidas para adultos e adolescentes, os objetos produzidos são vendidos e a renda adquirida é dividida entre a instituição e aqueles que participam da produção.

A instituição não é totalmente formalizada e sofre com a falta de gestores e do apoio do poder público. Assim, a principal oportunidade de crescimento é a venda dos produtos na região e em festas promovidas no município. Mesmo com as dificuldades, umas das ideias que surgiram, após capacitações juntamente ao SEBRAE é a formalização dos trabalhadores, para que estes consigam ter seu próprio negócio e dessa forma, desfrutar de uma renda fixa a partir da produção própria.

Portanto, para uma das professoras de arte do projeto: “[...] o trabalho a economia solidária desenvolvida, além de favorecer a geração de renda, proporciona o desenvolvimento em grupo e promove a cidadania” (Cidade Dom Bosco).

4.1.2. INSTITUTO HOMEM PANTANEIRO

O Instituto Homem Pantaneiro foi criado em 2002 e é uma ONG com a missão de preservar e conservar o Pantanal. Sua história está ligada ao Coronel Angelo Rabelo, policial e militar ambiental aposentado que criou a ONG com o intuito de conservação do Pantanal e do desenvolvimento de ações voltadas para o esporte e a cultura.

As atividades realizadas são “[...] executadas por meio da solicitação de pesquisa, serviços solicitados por terceiros e executados pela organização e por com sequência ocorre a geração de renda” (Instituto Homem Pantaneiro). Atualmente o projeto conta com dez trabalhadores e funciona por meio da doação para a realização de suas ações.

O instituto possui interesse de conservação devido à biodiversidade existente. Dentro das

ações existentes, o ecoturismo é a principal ferramenta de conservação e de estudos ambientais. Para a realização dos diálogos ambientais, o instituto possui um representante de relações da instituição que representa os estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul e visa parcerias com centro de pesquisas para aumentar o volume de explorações realizadas.

Desse modo, o turismo contribui indispensavelmente com o instituto, pois a partir dele é possível estabelecer o diálogo de preservação por meio de canais ambientais que estabeleçam a preservação local.

4.1.3. GRUPO MOINHO CULTURAL

O Moinho Cultural é uma instituição que atua com a formação de crianças e adolescentes a partir da realização de apresentações e espetáculos com crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade e risco social, beneficiadas com atividades oferecidas em contra turno escolar. “O instituto tem três pilares estabelecidos que são: a música, a dança e a tecnologia. A princípio o projeto foi criado visando somente exhibições de música e dança, mas com o desenvolvimento da organização, a área tecnológica surgiu para aprimorar as ações” (Moinho Cultural).

Atualmente o projeto é um produto vendável a partir da realização das apresentações artísticas que vinculam os pilares do projeto. Contudo, as atividades ainda não são vistas como um potencial pela comunidade, pois apesar das temáticas expressarem a questão da identidade pantaneira fronteiriça, ainda não conseguiram um nível de atratividade para o turismo. Como meio de manutenção da instituição, ações são desenvolvidas com o SESC para a manutenção das atividades além do apadrinhamento e da contribuição voluntária. Dessa forma, o projeto proporciona aos assistidos, prioridade para a efetivação de direitos através da promoção da cultura.

4.1.4. SECRETARIA ESPECIAL DE CIDADANIA E DIREITOS HUMANOS DE CORUMBÁ-MS

Os empreendimentos examinados são aliados a aspectos sociais e culturais da região e sendo assim, possuem vínculo histórico com o município. A partir dos dados, é possível ponderar que o município dispõe de diversos empreendimentos de impacto em potencial e as ações desenvolvidas são voltadas para atividades que evidenciam o turismo, o ambiente e o social.

Desse modo, o intuito do poder público deve ser organizar os grupos existentes para identificar como eles são compostos e quais são as suas produções e contribuições. De acordo com a pesquisa um aspecto importante a se destacar é o desenvolvimento a longo prazo. Devido à dificuldade de incentivos, os projetos possuem evolução vagarosa e notórias ações apenas em um período de tempo.

O objetivo do TBC é destacado, pois está relacionado ao desenvolvimento local, baseado em modelo social e duradouro, o transformando em um conjunto de ações benéficas para muitos atores

sociais (MANO; MAYER; FRATUCCI, 2017). Outro ponto destacado na entrevista é que os negócios de impacto realizados de forma organizada favorecem o TBC, contudo, em Corumbá-MS há carência pela regularização da autogestão nos empreendimentos. Além disto, na região se desenvolve, de forma fortalecida, o turismo de pesca. Assim sendo, o TBC, que representa a possibilidade do planejamento e execução responsável da experiência turística a ponto de desenvolver a infraestrutura urbana existente (MANO; MAYER; FRATUCCI, 2017), não é devidamente fomentado.

4.2. NEGÓCIOS DE IMPACTO, TBC NO CONTEXTO DE CORUMBÁ-MS

Cada uma das instituições verificadas possui características de destaque. Os negócios de impacto selecionados para o estudo dispunham de atividades manuais (Projeto Cidade Dom Bosco), ações de pesquisa (Instituto Homem Pantaneiro) e o incentivo à cultura (O Grupo Moinho Cultural). Todas as atividades vinculam a cultura local.

Os projetos são constituídos por pessoas vulneráveis e que vem nas instituições uma maneira de renda extra e inclusão, o que os caracterizam como negócios de impacto. No entanto, outra necessidade pertinente para as instituições locais é a capacitação da mão de obra oferecida, o que ocorre esporadicamente e muito pontualmente. Os empreendimentos analisados também relataram dificuldades de formalização além da manutenção de regularização da gestão.

O TBC acolhe a participação social como compromisso central do planejamento e assim, membros de uma comunidade que trabalham juntos podem desenvolver os mesmos interesses e promover articulações para a evolução de projetos comunitários. Visto isso, os modelos de participação costumam assumir estruturas baseadas na horizontalidade devido ao forte compromisso social fundamentado (BURGOS; MERTENS, 2016).

Além disso, é necessária a divulgação do potencial turístico do município para a ampliação do ciclo cultural e de interesse de pessoas. A partir de políticas públicas comprometidas com a população, surgem possibilidades da cultura ser ferramenta para o desenvolvimento (BRASILEIRO; MEDINA; CORIOLANO, 2012). Se por um lado vê-se nos negócios de impacto a questão comunitária, por outro lado não se nota o vínculo direto com o TBC. O turismo de pesca, que pouco acrescenta ao município, é fortemente divulgado e incentivado, á toda uma rede de agentes envolvidos nesta atividade.

Os negócios de impacto são reativos em relação ao turismo e aos agentes do trade turístico. Ficando a margem das atividades desenvolvidas no município e sem visibilidade e apoio do poder público local e demais agentes que poderiam se envolver. Os negócios de impacto que poderiam funcionar como forma de aprimorar relações sociais para atender as necessidades da população, e assim, se tornarem de fato empreendimentos autossustentáveis e de desígnio solidário são tendência

e ganham força diante da sociedade (SCHERER, 2014), não podem ser vistos no contexto de Corumbá-MS.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste artigo foi analisar a relação dos negócios de impacto e com o TBC no contexto de Corumbá-MS. Teoricamente se nota aderência entre os temas de TBC e negócios de impacto, uma vez que ambos se organizam para o desenvolvimento da comunidade e que podem fomentar ações de turismo que promovam a geração de renda para a população de baixa renda envolvida nos negócios.

Em Corumbá-MS predomina o turismo de pesca, o ecossistema dos negócios da região está preparado para este tipo de turismo e fomenta essas ações. O TBC não é fomentado nem mesmo incentivado. De toda forma veem-se iniciativas de negócios de impacto no município, o artigo destaca três deles: a Cidade Dom Bosco com a capacitação e comercialização de artesanatos; o Instituto Homem Pantaneiro com o desenvolvimento de pesquisas e ações de esporte, cultura e ecoturismo; e o Grupo Moinho Cultural com dança, música e tecnologia. O vínculo com o turismo é um esforço de cada um dos negócios de impacto, que por vezes são reativos, talvez por falta de envolvimento dos agentes do trade turístico.

O potencial turístico da região, bem como o potencial do TBC poderia ser alavancado com o desenvolvimento em parceria com os negócios de impacto, fomentando outros tipos de turismo que não o de pesca, gerando mais valor para a região, para os negócios de impacto e para a comunidade. Os dados apresentados estão restritos aos casos estudados e ao contexto e, portanto, não podem ser generalizados. Para trabalhos futuros sugerem-se estudo técnicos-científicos que proponham ações de intervenção para que se desenvolva o TBC aliado aos negócios de impacto.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, G. P.; GELBCKE, D. L. Turismo comunitário: uma perspectiva ética e educativa de desenvolvimento. **Turismo Visão e Ação**. v. 10, n. 3, p. 358-377, 2008.
- BARKI, E. Negócios de impacto: tendência ou modismo?. **GV executivo**, v. 14, n. 1, p. 14-17, 2015.
- BENI, M. C. Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo. **Revista Turismo em análise**, v. 10, n. 1, p. 7-17, 1999.
- BRASILEIRO, M. D.S.; MEDINA, J.C.; CORIOLANO, L.N. (orgs). **Turismo, cultura e**

desenvolvimento. Campina Grande: EDUEPB, 2012.

BURGOS, A.; MERTENS, F. As redes de colaboração no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participativa. **Tourism & Management Studies.** v. 12. n. 2. 2016.

BURSZTYN, I.; BARTHOLO, R. O processo de comercialização do turismo de base comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas. **Sustentabilidade em Debate**, v. 3, n. 1, p. 97-115, 2012.

FABRINO, N. H.; NASCIMENTO, E. P.; COSTA, H. A. **Caderno Virtual de Turismo: Turismo de Base Comunitária.** v. 16, n. 3, p. 172, 2016.

IRVING, M. A. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária – inovar é possível? In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: Letra e Imagem. p. 108-119, 2009.

MANO, A. D.; MAYER, V. F.; FRATUCCI, A. C. Turismo de base comunitária na favela Santa Marta (RJ): oportunidades sociais, econômicas e culturais. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo.** v. 11. n. 3. São Paulo, 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano nacional de turismo 2013/2016:** O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Brasília/DF. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf> Acesso em: 26 jul. 2017.

MOREIRA, V.; VIDAL, F. A. B; FARIAS, I. Q. Empreendedorismo social e economia solidária: um estudo de caso da rede de desenvolvimento local integrado e sustentável da comunidade do Grande Bom Jardim. **Anais do XXXVIII Assembleia do Conselho Latino-Americano de Escolas de Administração.** Lima, Peru, 2003.

SANTOS, N. C.; SOUZA, E. F. B.; SILVA, J. S.; ESTENDER, A. C.; JULIANO, M. C. **Empreendedorismo, Responsabilidade Social e Negócios de Impacto.** 2015.

SCHERER, P. C. **Entendendo os negócios com impacto social:** uma análise dos elementos constituintes do modelo de negócio. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) –

Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS, Porto Alegre, 2014.

TUCUM. Rede Cearense de Turismo Comunitário. **Presentation held at the II International Seminar on Sustainable Tourism.** Fortaleza, 2008.